网络视听节目评价指标体系构建及应用研究

摘　要：网络视听节目是目前人们最主要的观看节目的类型，其节目的好坏关系着我国新媒体的发展。本文构建了多角度的网络视听节目的评价指标体系，运用熵值法确定权重，并对国内 8 个有代表性的节目进行了评价。结果显示，“极限挑战”的排名较高，“非诚勿扰”的排名较低。

关键词：视听节目；指标体系；评价
中图分类号：G229.2　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2019）07-027-03　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2019.07.003

文 / 张钰　张可佳

引言

网络视听节目指的是影视制作机构、网络视频制作团队或个人制作，并以 APP 平台为主要播出渠道的娱乐化视听节目形式。在中国互联网进入移动时代之后，电视节目的投放从电视台转向了网络媒体。然而，网络平台存在节目质量参差不齐、平台监管宽松、数据造假等一系列问题，这些问题会导致观众对节目失去兴趣，不利于网络节目的发展。国家对这一问题相当重视，先后出台了《互联网视听节目服务管理规定》《广电总局关于加强互联网传播影视剧管理的通知》等多份管理文件。学术界对这一问题也非常重视，学者们从多个维度构建评价体系，比如广电部门主导的网络视听节目评价标准，注重节目的社会效益，兼顾经济效益，符合我国的媒体坚持党性与人民性的统一、坚持社会效益优先、坚持党管媒体三大原则，还有各大商业平台以视频播放数、搜索量、评论、站外引用等多维度进行数据统计来评价节目的方法。[1]但是目前的评价指标体系存在不全面的问题，因此，本文在前人研究的基础上综合考虑网络视听媒体的特点，以及商业价值、社会价值等因素，构建多维指标体系，丰富网络视听媒体的评价指标。

1. 指标体系的构建

1.1 网络视听节目质量的影响因素

随着电视视听节目在国内逐渐发展成熟，在新媒体技术的不断发展和影响下，一系列国外引进综艺成为电视台收视率的保证；同时，网络自制综艺也脱颖而出，成为各大平台争相竞争的新战场。由于网络综艺类节目其特殊性质是大部分仅在网上播出，因此观众间的口碑和视频网络点击率对网络视听节目的满意度有很大的影响。在考虑这些因素的同时，本文还借鉴了央视栏目综合评价体系和中国电视满意度博雅榜评选标准。根据学者们的研究以及这些标准，并结合网络视听节目的特点，本文从传播力、影响力、面向观众、专业程度、创新能力、文化品位、社会价值、人际口碑等八个方面对观众进行网络视听节目满意度的评价。[2-9]

1.2 网络视听节目评价指标体系

通过阅读相关文献并且集合网络视听节目的特点，本文将网络视听节目顾客满意度影响因素划分为两个层级，每一级因子又根据其特性进行二级细分，具体划分层次如图 1 所示。

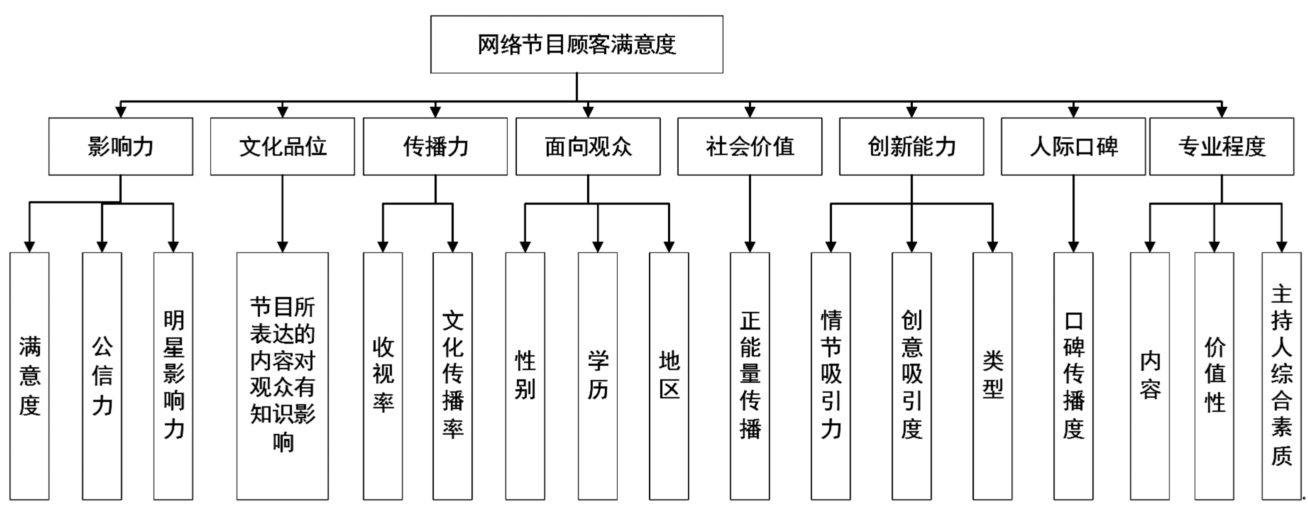


图 1　网络节目评价指标体系

基金项目：国家重点研发计划项目“视听媒体收视调查与文化品牌评估理论与技术”（项目编号：2017YFB1400500）。

2. 数据来源与评价方法

2.1 数据来源

本文的数据来源于发放的社会问卷，发放渠道为问卷星，共发放 200 份，收回 156 份，其中有效 150 份。

2.2 评价方法

本文在计算指标权重时采用熵值法，由于信息熵与信息的绝对值相等，但符号相反，因此，某项指标的指标变异值变异程度越大，信息熵越小，则该指标提供的信息量越大；反之，某项指标的指标变异值变异程度越小，信息熵越大，则该指标提供的信息量越小。[10] 熵值法可以通过每个指标提供的信息量，计算出一个综合指标。熵值法主要依据每个指标传递给决策者的信息量多少来确定指标权重，是一种客观赋权法，避免了以层次分析法为主的综合评级法的人为主观性。[11] 因此，本文选择熵值法来评价网络电视节目。具体计算方法如下：

（1）确定各个一级评价指标因子的熵e_i^k值，如式。

$$e_i^k = -\lambda \sum_{i=1}^{m} \varphi_i^n \ln \varphi_i^n, \lambda = \ln m \text{（}m\text{表示被评价视听节目的个数且}\varphi_i^n = \frac{x_i(k)}{\sum_{k=1}^{n} x_i(k)}\text{）}$$

（2）计算各个一级指标的效用值u_i^k如式，也就是指标的偏差度，偏差度越大其对应的价值就越大，相应的指标因子权重也就越大。

$$u_i^k = 1 - e_i^k \quad k=(1,2\cdots..n)$$

（3）确定各个一级指标因子权重w_i^k如式。

$$w_i^k = \frac{u_i^k}{\sum_{j-1}^{p} u_i^k}$$

（4）根据各个二级指标满分分值确定二级指标因子权重w_i^k如式。

$$w_{ij}^k = \frac{c_{ij}^k}{\sum_{j-1}^{p} c_{ij}^k} \text{ 且 } \sum_{j=1}^{p} w_{ij}^k = 1$$

3. 实证分析

本文选择了中国网络节目中比较有代表性的 8 个节目进行评价，这 8 个节目分别为“明星大侦探”、“吐槽大会”、“第一调解室”、“非诚勿扰”、“鲁豫有约”、“歌手”、“极限挑战”、“中国好声音”。这 8 个节目类型针对的受众群等都不尽相同，从而增加调查的全面性，使结果更加合理。

3.1 权重计算结果与结果分析

3.1.1 权重计算结果

（1）整理数据，计算均值。

通过问卷星将收集到的数据做成 Excel 表格，并通过公式计算出各指标的均值。

整理各指标的均值并制成 Excel 表格，如下表所示：

编号	项目	影响力均值	传播力均值	专业程度均值	创新能力均值	文化品位均值	社会价值均值	人际口碑均值	面向观众均值
1	明星大侦探	3.72	3.65	3.73	3.93	3.65	3.47	3.81	3.66
2	吐槽大会	3.53	3.45	3.53	3.59	3.26	3.30	3.65	3.43
3	第一调解室	3.00	3.09	3.50	3.14	3.27	3.57	3.27	3.19
4	非诚勿扰	3.09	3.30	3.18	2.97	2.89	3.09	3.14	3.24
5	鲁豫有约	3.26	3.30	3.43	3.12	3.41	3.53	3.45	3.24
6	歌手	3.77	3.86	3.84	3.31	3.46	3.42	3.69	3.64
7	极限挑战	4.05	3.97	3.70	3.64	3.62	3.66	3.92	3.92
8	中国好声音	3.77	3.92	3.82	3.19	3.41	3.38	3.72	3.74

（2）运用求和公式计算各项目单一指标平均分之和，逐个计算各项目单一指标平均分与平均分之和的比值，并计算其 Ln 值，最后两值相乘，并求和，如下表所示。

项目	面向观众均值	均值/总和	Ln值	乘积
明星大侦探	3.66	0.130434783	-2.036881927	-0.265680251
吐槽大会	3.43	0.122238061	-2.101784813	-0.256918101
第一调解室	3.19	0.113684961	-2.174324158	-0.247187957
非诚勿扰	3.24	0.115466857	-2.158771745	-0.249266588
鲁豫有约	3.24	0.115466857	-2.158771745	-0.249266588
歌手	3.64	0.129722024	-2.042361393	-0.264939254
极限挑战	3.92	0.139700641	-1.968253421	-0.274966265
中国好声音	3.74	0.133285816	-2.015259463	-0.268605502
总和	28.06			-2.076830506

（3）计算所要研究的项目总个数的 Ln 值，例如：我们所要研究的项目总个数为 8 个，计算 ln（8）=2.079441542，计算其负数值与上图总和（–2.076830506）的乘积，最后得出该乘积与 1 的差值，最后结果如下表所示。

项目	面向观众均值	均值/总和	Ln值	乘积
明星大侦探	3.66	0.130434783	-2.036881927	-0.265680251
吐槽大会	3.43	0.122238061	-2.101784813	-0.256918101
第一调解室	3.19	0.113684961	-2.174324158	-0.247187957
非诚勿扰	3.24	0.115466857	-2.158771745	-0.249266588
鲁豫有约	3.24	0.115466857	-2.158771745	-0.249266588
歌手	3.64	0.129722024	-2.042361393	-0.264939254
极限挑战	3.92	0.139700641	-1.968253421	-0.274966265
中国好声音	3.74	0.133285816	-2.015259463	-0.268605502
总和	28.06			-2.076830506
乘积				4.31864763
差值				-3.31864763

（4）重复上述过程，将所有指标数据进行整理计算，结果如下表所示。

计算权重		影响力	传播力	专业程度	创新能力得分	文化品位	社会价值	人际口碑	面向观众	总和
		4.3138	4.3163	4.3205	4.3156	4.3194	4.3216	4.3188	4.3186	34.5446
		-3.3138	-3.3163	-3.3205	-3.3156	-3.3194	-3.3216	-3.3188	-3.3186	-26.5446
	权重	0.1249	0.1249	0.1251	0.1249	0.1250	0.1251	0.1250	0.1250	

3.1.2 结果分析

经过计算得到网络视听节目的受众满意度极限挑战排名第一位，明星大侦探第二、歌手第三、中国好声音第四、吐槽大会第五、鲁豫有约第六、第一调解室第七、非诚勿扰第八，具体情况见下表。

编号	节目	影响力得分	传播力得分	专业程度得分	创新力得分	文化品位得分	社会价值得分	人际口碑得分	面向观众得分	总分	排序
1	明星大侦探	0.4645	0.4561	0.4665	0.4910	0.4564	0.4341	0.4763	0.4576	3.7025	2
2	吐槽大会	0.4408	0.4311	0.4415	0.4485	0.4076	0.4128	0.4563	0.4288	3.4675	5
3	第一调解室	0.3746	0.3861	0.4377	0.3923	0.4089	0.4466	0.4088	0.3988	3.2538	7
4	非诚勿扰	0.3859	0.4123	0.3977	0.3710	0.3614	0.3866	0.3926	0.4051	3.1125	8
5	鲁豫有约	0.4071	0.4123	0.4290	0.3898	0.4264	0.4416	0.4313	0.4051	3.3426	6
6	歌手	0.4708	0.4823	0.4803	0.4135	0.4326	0.4279	0.4613	0.4551	3.6237	3
7	极限挑战	0.5058	0.4960	0.4628	0.4547	0.4526	0.4579	0.4901	0.4901	3.8099	1
8	中国好声音	0.4708	0.4898	0.4778	0.3985	0.4264	0.4228	0.4651	0.4676	3.6187	4

通过上表我们可以看到除了文化品位、创新力、专业程度外，“极限挑战”各项得分均是排名第一，

首先，它在影响力上表现比较突出，一方面是因为“极限挑战”的口碑比较好、内容生动有趣，观众满意度比较高，另一方面，“极限挑战”的常驻嘉宾在影视文艺界比较有影响力，因此他的影响力得分比较高；其次，“极限挑战”的面向观众得分也是较高的，这是因为“极限挑战”作为竞技类综艺受众群比较广，年龄、性别、地区差别对他不会产生太大影响。

“明星大侦探”的创新力得分、人际口碑得分都是比较高的。在创新力上明星大侦探在题材和类型上都是

中国网络视听节目的独一份，创新性可见一斑。在人际口碑上，“明星大侦探”每一集的情节设计，整体风格节奏都很精良，内容很吸引人，所以口碑会比较好。但是，明星大侦探的社会价值得分比较低，因为“明星大侦探”作为破案类的节目有时会有恐怖、暴力等画面，可能不利于正能量的弘扬，但是近期节目改版在最后加了弘扬正能量的谈话，是一个好的开始。

“歌手”在专业度和口碑方面得分较高，一方面“歌手”是湖南卫视王牌节目，整个制作团队都是最精良的，因为节目定位参演演员专业度都很好，因此在专业度上得分较高。“歌手”定位为中国最具实力歌手竞技 pk，在目前逐渐衰落的华语乐坛给观众带来了视听盛宴，因此口碑很好。但是，“歌手”由于是买的韩国节目版权而且节目几期没有更好的赛制和呈现方式，因此创新性有待加强。

“中国好声音”、“吐槽大会”、“鲁豫有约”排位位于中间，证明这几个节目各方面表现均等，“中国好声音”与“歌手”类似，以专业的演唱吸引观众，但是节目以选秀的方式出现，因此创新力比较低，但是好多改编版老歌或者小众原创歌曲通过节目得到了很好的传播，因此传播力比较强。“吐槽大会”内容主要以脱口秀为主，内容结合热点与嘉宾槽点非常有趣吸引人，没有性别、学历的差别，因此面向观众得分很高。但是“吐槽大会”在文化品位和社会价值的得分比较低，主要是因为节目以吐槽为主，宣扬正能量的主题比较少，以后可以做相应的改进。“鲁豫有约”是一档老牌访谈类节目，在节目形式、类型、内容上均没有特别的变化，所以创新性的得分比较低，但是作为老牌节目，其会根据访谈内容最后升华主题，比如人们努力进取、踏实工作等弘扬正能量的总结，因此社会价值较高。

“第一调解室”是一档具有法律效力的排解矛盾、化解纠纷的电视节目，由上表可以看到各方面得分均不是很高，尤其是在面向观众和传播力方面得分是 8 个节目中最低的，这主要是因为第一调解室主要用于解决社会矛盾，因此男性、高学历、一线城市的人群可能不会去关注这类节目，因为节目中的事情不会发生在他们的生活中，无法产生共鸣。但是它的社会价值得分较高，一方面是因为它确实可以解决某些人存在的问题；另一方面在解决问题的过程中它普及法律知识，倡导人们宽容、诚信等正能量。

“非诚勿扰”是一款相亲类节目，通过最终计算结果可以看到节目的各项得分都不是很好，排名比较靠后，在专业程度、创新力、文化品位、社会价值、人际口碑的得分均是最低的。首先，节目是相亲类型，这类节目早就存在，节目的呈现方式也没有改变，因此创新性比较低。另外，节目中有些嘉宾表现出拜金等不正确的婚姻观，因此在文化品位和社会价值上评分较低。“非诚勿扰”曾经传出相亲男女嘉宾都是节目组请的演员，并非生活中的人，使节目陷入丑闻，口碑急转直下。但是“非诚勿扰”的传播力表现良好，这主要是因为其在三大平台均可观看，并且是上星节目，电视台有大力的宣传，因此收视率方面表现良好。

4. 研究结论

网络视听节目是新媒体发展的重要组成部分，节目的好坏对于未来新媒体发展方向、发展质量具有重要的意义，因此本文构建了多角度的评价指标体系，并且利用熵值法确定各指标的权重，对 8 个国内代表性综艺进行了评价，得到极限挑战综合得分 3.8009，满意度最高位列第一，各项指标得分均良好，“非诚勿扰”得分 3.1125，满意度最低位列第 8，各项指标得分均较低没有 5 项得分是 8 个节目中最低的，其他节目在不同的指标得分均有高有低，优势各不相同。最后总体来看，我国视听网络节目正处于蓬勃发展阶段，拥有巨大的潜力，加以正确的引导，会使新媒体在文化产业中发挥更大的作用。媒

参考文献

[1] 唐崇维，王正中 . 网络视听节目评价体系的建构刍议 [J]. 当代电视，2019（1）：93−95.

[2] 边静，袁琳，薛宁，等 .2015 春节档中国电影观众满意度调查报告 [J]. 当代电影，2015（5）：153−159.

[3] 汪永辉 . 观众满意度调查实践初探——以福州电视台电视自办节目满意度调查为例分析 [J]. 东南传播，2009（2）：117−119.

[4] 罗燕芳，梁招娣 . 基于排序多元 Logit 模型的新闻节目满意度因素研究 [J]. 市场研究，2014（2）：38−42.

[5] 王欲静 . 全媒体节目生产管理系统构建规划 [J]. 广播与电视技术，2016，43（1）：36−41.

[6] 方雷雯 . 新型电视节目满意度评价体系的探索与发现 [J]. 戏剧艺术，2012（3）：80−87.

[7] 甄岩，张丹 . 儿童电视节目收视调查与分析 [J]. 中国商界，2009（7）：374.

[8] 陆地，陈思 . 新媒体时代电视节目评估体系的构建和应用 [J]. 新闻爱好者，2013（11）：54−59.

[9] 王宗水，刘宇，张健 . 基于灰关联的制造业集群企业知识服务能力研究 [J]. 软科学，2012，26（12）：18−21.

[10] 刘怡，高巍，朱家明 . 基于熵值法对水资源现状的评价和灰色预测 [J]. 齐齐哈尔大学学报（自然科学版），2019，35（3）：88−94.

[11] 基于熵值法的 P2P 网贷平台信用评级体系研究 .

（作者单位：北京信息科技大学经济管理学院）